

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan dan Jenis Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan – pendekatan terhadap kajian empiris untuk mengumpulkan, menganalisa, dan menampilkan data dalam bentuk numerik dari pada naratif.

3.2 Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini semua pengunjung wisata Sengkaling periode maret 2019.¹⁸ Menurut karyawan wisata Sengkaling rata-rata kunjungan sebanyak 7500 pengunjung per bulan.

2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:81), "Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi". Untuk menentukan banyaknya sampel menurut Slovin dalam Umar (2010:78), adalah menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

¹⁸ Indrianto N dan Bambang Supomo. Metode Penelitian Bisnis. Yogyakarta. BPFE. 1999. 115

N = ukuran populasi

e = nilai kritis atau batas ketelitian yang diinginkan (persentasi kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel) sebesar 10%.

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

$$n = \frac{7500}{1 + 7500(0,1)^2}$$

$$n = \frac{7500}{1 + 75}$$

$$n = 98,68 \text{ dibulatkan menjadi } 99$$

Berdasarkan rumus tersebut peneliti mendapatkan sampel berjumlah 99 responden pengunjung wisata Sengkaling. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu suatu prosedur dimana hanya sebagian dari populasi yang kebetulan dijumpai disaat penelitian dilakukan. Menurut (Sugiyono, 2012:85), *accidental sampling* adalah “Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau aksidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.”

3.3 Objek Penelitian

Objek penelitian ini pada Taman Rekreasi Sengkaling yang ada di Malang Jawa Timur. Pada waktu penelitian dilaksanakan pada bulan maret sampai mei 2019.

3.4 Operasional Variabel

3.4.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

1. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada sebuah pasar agar diperhatikan, diminta, dipakai, atau dikonsumsi sehingga mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan. Jadi produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Indikator produk wisata Sengkaling memiliki fasilitas wisata Sengkaling memadai bagi para pengunjung, Taman Rekreasi Sengkaling memiliki banyak pilhan wahana yang menarik, serta inovasi dan tambahan wahana di setiap tahunnya. Adapun fasilitas di Taman Rekreasi Sengkaling:

- a. Wahana Air
- b. Wahana Permainan
- c. Food Festival

Fasilitas lain dari Sengkaling yaitu:

- a. Sengkaling Convention Hall
- b. Outbond
- c. Fitness Center dan Senam Aerobik

- d. Giant Fountain
- e. Elephant Statue Area
- f. Water Fall
- g. Kapal Garden Hotel

2. *Price* (harga)

Harga adalah biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan. Menurut Fandy Tjiptono harga adalah satu – satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran).¹⁹

3. *Promotion* (promosi)

Menurut (Fandy Tjipton, 2008) Promosi adalah suatu bentuk aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Indikator periklanan dengan item Taman Rekreasi Sengkaling memiliki baliho yang menarik dan Taman Rekreasi Sengkaling melakukan promosi di media sosial dan sumber informasi taman rekreasi Sengkaling dari mulut ke mulut.

4. *Place* (Tempat)

¹⁹ Suyanto, Muhammad. *MarketingStrategy Top Brand Indonesia*. (Yogyakarta : Penerbit Andi 2007:8)

Lokasi atau bisa disebut dengan saluran distribusi adalah rute atau rangkaian perantara, baik yang dikelola pemasaran maupun yang berdiri sendiri (*independen*), dalam menyampaikan barang dari produsen ke konsumen.²⁰

3.4.2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Dalam penelitian ini variabel terikat adalah Minat berkunjung yaitu Akumulasi kedatangan Wisata Sengkaling di Malang Jawa Timur Assael yang dikutip oleh Tifane (dalam Arumni, 2013) mendefinisikan minat beli sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data untuk penelitian ini adalah dengan menggunakan angket atau kuesioner dan observasi. Angket ini digunakan untuk memperoleh data primer. Angket ini berisi 16 butir soal yang terbagi dalam variabel yang masing-masing variabelnya berjumlah 5 butir soal. Pernyataan yang ada di dalam angket ini diisi oleh 99 orang responden yang sedang berwisata di obyek wisata Sengkaling kota Malang. setelah seluruh pernyataan selesai diisi oleh 99 responden, data yang terkumpul kemudian diolah dengan perhitungan statistik. Untuk mempermudah dalam pengolahan data peneliti menggunakan bantuan komputer dengan program SPSS.

²⁰ Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. *Pemasaran Strategik*. (Yogyakarta : Penerbit Andi 2012:193)

Pengolahan data ini dimulai dengan uji instrumen atau menguji angket yang telah disebarkan kepada responden untuk diuji validitas dan reliabilitasnya. Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Dengan bantuan SPSS ini jugalah dapat diolah analasi data menggunakan regresi berganda dan menguji hipotesis yang telah diajukan peneliti sebelumnya.

Sedangkan untuk memperoleh data sekunder guna untuk melengkapi data primer yang sudah ada, maka digunakanlah tehnik observasi langsung di obyek wisata Sengkaling kota Malang untuk melihat dan mengamati keadaan nyata obyek wisata yang diteliti.

3.5.1 Tehnik Pengumpulan Data

1. Angket (kuisisioner)

Angket atau kuisisioner ini berisi pertanyaan objektif sehingga responden tinggal memberikan tanda (√). Angket ini digunakan untuk mengetahui produk apa saja yang ditawarkan serta bagaimana langkah promosi dan tempat distribusi yang tepat untuk memasarkan produk dari obyek wisata tersebut.

2. Observasi

Tehnik observasi ini digunakan untuk mengetahui secara langsung produk apa saja yang ditawarkan serta berapa harga produk yang ditetapkan apakah sudah sesuai dengan hasil yang didapatkan oleh pengunjung

4.1 Analisis Data

3.6.1. Uji Instrumen :

1. Validitas

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Rumus yang digunakan adalah rumus korelasi product moment sebagaimana ditunjukkan di bawah ini:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Sejumlah harga r_{xy} dikonsultasikan dengan r tabel product moment dengan taraf signifikan 5%.

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$: item atau soal valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$: item atau soal invalid

2. Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran dapat dipercaya, dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan alfa cronbach :

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

3.6.2. Analisis Regresi Ganda

Analisis regresi Berganda yakni suatu analisis untuk melihat berapa besar pengaruh strategi pemasaran terhadap peningkatan jumlah pengunjung objek wisata di Kota Malang, regresi berganda menggunakan rumus persamaan²¹

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan:

Y : Minat berkunjung

A : Konstanta

b1-b4 : Koefisien regresi

X1 : Produk

X2 : Promosi

X3 : *Price* (harga)

X4 : *Place* (Lokasi)

a. Uji Kelayakan Model (Uji-F)

Uji-F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hasil uji simultan ini dilakukan dengan menggunakan SPSS. Hasil uji F dilihat pada table *Coefficient* pada kolom sig (significance), jika probabilitas nilai signifikan 0,05 maka dapat

²¹ Sugiyono. *Statistika untuk Penelitian*. (Bandung : Alfabeta (2013 : 275- 276)

diartikan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen (X_1, X_2) simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai variabel dependen (Y)²²

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau:

$$H_0: b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

Artinya, apakah semua variabel bebas bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat, hipotesis alternatif (H_a) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau:

$$H_a: b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$$

Artinya, semua variabel bebas secara simultan mempunyai penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas dan sebaliknya.²³

Kelemahan yang mendasar menggunakan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Mengevaluasinya lebih dianjurkan untuk

²² Sa'adah, Susyanti, Wahono, 2016:126

²³ Ghazli Imam. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2001.

menggunakan nilai R^2 . Nilai R^2 tidak terpengaruh akan adanya penambahan ataupun pengurangan variabel independen.

c. Pengujian Hipotesis (Uji t)

Uji t untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individu dalam menerangkan variasi variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) sama dengan nol, atau $H_0: b_i = 0$. Artinya, variabel bebas bukan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat. Hipotesis alternatifnya (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau $H_a : b_i \neq 0$. Artinya variabel tersebut merupakan variabel penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

Data penelitian ini diolah menggunakan program SPSS, pengaruh secara individual ditunjukkan dari nilai signifikan uji t. Hasil uji t dapat dilihat dari table *coefficient* pada kolom sig (significance)²⁴

4.1.1 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik harus dilakukan pada penelitian ini guna untuk menguji apakah data memenuhi asumsi klasik. Hal ini untuk menghindari terjadinya estimasi bias mengingat tidak pada semua data dapat diterapkan regresi. Pengujian yang dilakukan adalah Uji Multikolinearitas, Uji Autokorelasi, Uji heteroskedastisitas, Uji Normalitas. Uji linieritas.

²⁴ Ibid Ghozli Imam. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2001.

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan maksud untuk melihat distribusi normal atau tidaknya data yang dianalisis. Pengujian ini untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Salah satu cara untuk mendeteksi nilai residual normal atau tidak dengan menggunakan *Uji Kolmogorov Smirnov (Uji K-S)*. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian adalah data residual tidak berdistribusi normal (H_a) dan data residual berdistribusi normal (H_0).

Data penelitian dikatakan menyebar normal atau memenuhi uji normalitas apabila nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* variabel residual berada di atas 0,05. Sebaliknya, apabila nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* variabel residual berada di bawah 0,05, maka data tersebut tidak berdistribusi normal atau data tidak memenuhi uji normalitas²⁵

2. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*).²⁶ Model regresi yang baik seharusnya yang bebas dari multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya,

²⁵ Ghazali, Imam. "Aplikasi Analisis multivariate dengan program SPSS". (Semarang. Badan penerbit Universitas Diponegoro 2011)

²⁶ Ibid, Ghazali Imam Hal. 45

*Variance inflation*²⁷ factor (VIF). Hipotesis yang digunakan dalam uji multikolinearitas sebagai berikut:

- a. H_0 : $VIF > 10$, terdapat multikolinearitas
- b. H_1 : $VIF < 10$, tidak terdapat multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah kondisi dimana varian dari nilai sisa adalah tidak sama antara satu observer dengan observer yang lain. Regresi yang baik adalah regresi yang berada didaerah heterokedastisitas. Untuk menguji apakah ada heterokedastisitas dapat diuji melalui uji *Glejser Test* yang mampu memberikan keakuratan hasil.

Probabilitas bagi signikansi variable independen adalah $\alpha > 0.05$, sehingga tidak mengandung heteroskedastisitas. Hipotesis dalam pengujian heteroskedastisitas²⁸ adalah:

- a. H_0 : Kedua varians tidak signifikan terhadap residual absolut.
- b. H_1 : Kedua varians memengaruhi signifikansi terhadap residual absolut.

²⁷ Ghozali, Imam. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23". (Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro 2016 : 103)

²⁸ Garniwa, Muhammad. "Pengaruh suku bunga kredit dan risiko kredit terhadap profitabilitas". Jurnal Skripsi universitas komputer Indonesia : 2015.